

**Jacques A.  
Wainberg**

É professor doutor da  
Faculdade de Comuni-  
cação Social/PUCRS.  
Porto Alegre, Brasil.

## O show da vida: a dieta diária de notícias da tv brasileira

**205**

**The Show of Life: the  
Brazilian TV News Diet**

**El show de la vida: la dieta  
diaria de noticias en la  
televisión brasileña**

*Comunicação & Sociedade*

*O show da vida: a dieta diária de notícias da tv brasileira*

## RESUMO

Através de análise de conteúdo realizada em 399 notícias veiculadas no Jornal Nacional (TV Globo) e 421 no Jornal da Cultura (TV Cultura), durante quatro semanas alternadas, este estudo descreve as principais características editoriais do telejornalismo dessas duas emissoras. Entre elas estão o interesse em temas como a corrupção, a delinquência, o crime, o terrorismo e os conflitos internacionais. Com base nas evidências é possível afirmar ainda que a tela brasileira é limpa, sem cadáveres e feridos. Em boa medida, é uma crônica policial que visa alertar a audiência principalmente sobre os perigos que ameaçam a convivência social em sua vizinhança mais próxima. O estudo faz parte de um projeto internacional sobre telejornalismo que está em andamento em vários países do mundo.

## Palavras-chave

Telejornalismo brasileiro; Jornal Nacional; Jornal da Cultura; análise de conteúdo.

## ABSTRACT

A content analysis study of 399 news broadcasted in Jornal Nacional (Globo TV) and 421 in Jornal da Cultura (TV Cultura) during four alternated weeks reveals the main editorial characteristics of the photojournalism adopted by these two TV stations. Among them are topics like corruption, delinquency, crime, terrorism and international conflicts. On the account of the evidences it is possible to say that the Brazilian screen is clean, without corpses and wounded people. In great measure, it is a police report the goal of which is to alert people about the perils that threaten social life in their neighborhoods. This study is part of an international project on TV news in the world that includes researchers of many countries.

## Keywords

TV news in Brazil; content analysis; Jornal Nacional; Jornal da Cultura.

## RESUMEN

Por medio de un análisis de contenido de 399 noticias vehiculadas en Jornal Nacional de TV Globo y 421 de Jornal da Cultura de TV Cultura durante cuatro semanas alternadas, este estudio describe las principales características editoriales del periodismo televisivo de estas dos emisoras. Entre ellas están el interés en temas como la corrupción, la delincuencia, el crimen, el terrorismo y los conflictos internacionales. Con base en las evidencias es posible afirmar aún, que la tela brasileña es limpia, sin cadáveres y heridos. En buena medida, es una crónica policíaca que visa a alertar la audiencia principalmente sobre los peligros que amenazan la convivencia social en su vecindad más cercana. El estudio es parte de un proyecto internacional sobre periodismo televisivo en desarrollo en varios países del mundo.

## Palabras clave

Periodismo televisivo brasileño; Jornal Nacional; Jornal da Cultura; análisis de contenido.

Data de submissão: 7/2007

Data de aceite: 10/2009

Desde 1950, quando a televisão foi introduzida no Brasil, seu alcance aumentou. Em 2007, a transmissão de TV cobria 94,5% de todos os lares brasileiros. Naquele ano essas residências tinham se tornado um mercado publicitário avaliado em mais de 3 bilhões de dólares para os 33 canais brasileiros e suas 1393 retransmissoras.

No entanto, o desenvolvimento da transmissão de TV não significa que a confiança entre os telespectadores brasileiros e a TV (e a imprensa) seja alta. Comparativamente, existem muitos outros países onde este veículo conquistou maior e melhor estima. No caso do Brasil, em 1997, 57,2% da população tinha “alta confiança” e “boa confiança” nessa mídia, uma marca que ficou, no entanto atrás de países como China, Nigéria, Índia, Japão, Arábia Saudita, Venezuela, Indonésia e Zimbábue. Naquele ano, a confiança popular na TV brasileira estava em 10º lugar e na imprensa estava em 8º num grupo de 12 instituições nacionais.

Nove anos mais tarde, em 2006, a confiança do brasileiro na TV diminuiu para 42% do público, distante da marca de 50,9% de confiança mostrada pela opinião pública mundial. Em 2006, entre 12 instituições brasileiras, a TV ocupava o décimo lugar. A TV superava em popularidade apenas o Parlamento e os

partidos políticos no Brasil. De fato, a desconfiança a respeito da TV não é um fenômeno isolado no Brasil. É encontrado em muitos outros países também.

## 1. A confiança pública na TV. Em %

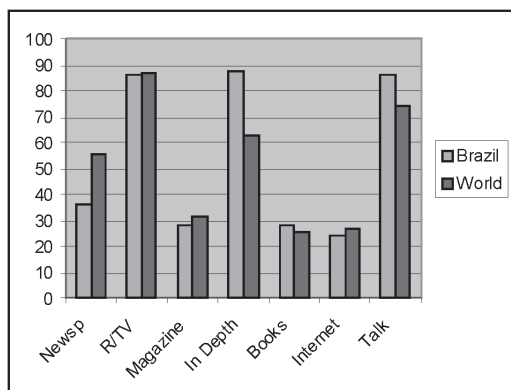
| Ano da Pesquisa       | 2006<br>% | 1997<br>% | 2006<br>% |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| País                  | Mundo*    | Brasil    | Brasil    |
| Alta confiança        | 13,1      | 10,6      | 4,3       |
| Boa confiança         | 37,8      | 46,6      | 37,7      |
| Total                 | 50,9      | 57,2      | 42        |
| Um pouco de confiança | 38,1      | 22,5      | 36,5      |
| Nenhuma confiança     | 11        | 20,2      | 21,4      |
| Total                 | 49,1      | 42,7      | 57,9      |
| Respondentes          | 58.021    | 1.146     | 1.493     |

Fonte: World Values Survey <sup>1</sup>

Como é possível verificar na tabela na página 214, TV e rádio têm a mesma proeminência para os brasileiros que a conversação com amigos e parentes que lhes servem como fontes de informação. Por outro lado, no mundo, o público está mais exposto que o brasileiro à TV e ao rádio do que à conversação. Estrangeiros leem livros um pouco menos do que brasileiros (uma descoberta surpreendente), mas um pouco mais de revistas. Eles estão menos expostos ao rádio e à TV que os brasileiros, mas um pouco mais à Internet.

<sup>1</sup> Amostra formada por respondentes de Andorra, Argentina, Austrália, Brasil, Bulgária, Burkina Faso, Chile, China, Chipre, Egito, Etiópia, Finlândia, Alemanha, Gana, Índia, Indonésia, Itália, Japão, Jordânia, Malásia, Malai, México, Moldávia, Marrocos, Peru, Polônia, Ruanda, Sérvia, Eslovênia, África do Sul, Coreia do Sul, Espanha, Suécia, Suíça, Taiwan, Tailândia, Trinidad Tobago, Turquia, Ucrânia, USA, Vietnã, Zâmbia.

Entre os 42 países incluídos nesta amostra, o Brasil foi o mais exposto à cobertura de profundidade dos eventos transmitidos por TV e rádio. No entanto, numa maioria de 31 deles, o público estava mais exposto ao noticiário usual e regular de TV e rádio. Em 7, suas populações liam um pouco menos de jornal do que no Brasil e em 18, menos revistas e livros. Em 23 nações, as audiências estavam menos expostas à Internet do que no Brasil, e em 29, eles não consideravam seus amigos e parentes como fontes de notícias como no Brasil. Em suma, televisão/rádio é o meio de comunicação preferido no mundo, enquanto no Brasil essa dependência parece ser ainda maior. Ao mesmo tempo, parece que o Brasil tem outra especial característica: a oralidade continua sendo um jeito brasileiro de se envolver com a sociedade e o mundo exterior. Internet está crescendo como meio de comunicação e informação popular, mas o grau de disseminação desta tecnologia mantém-se distante dos indicadores de vários países desenvolvidos.



Fonte de Informação: Brasil e o Mundo. 2005-2008./ Fonte: World Values Survey.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> World=Mundo; Newsp.=Jornal; R/TV=Rádio e TV; Magazine=Revista; In Depth=Cobertura em profundidade; Books=Livros; Talk=Conversação

## 2. Fonte de Informação no Mundo. Uma amostra de países. Em % de respondentes

|                  | Jornal Diário                  | Rádio e Telejornais            | Revistas                       | Cobertura em profun.<br>Rádio e TV | Livros                         | Internet e e-mail              | Conversa com amigos<br>e colegas |
|------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
|                  | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada     | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada   |
| 1. Alemanha      | 82                             | 96                             | 46                             | 67                                 | 37                             | 27                             | 87                               |
| 2. Itália        | 71                             | 95                             | 51                             | 84                                 | 36                             | 40                             | 87                               |
| 3. Espanha       | 63                             | 91                             | 32                             | 41                                 | 25                             | 27                             | 51                               |
| 4. USA           | 68                             | 90                             | 44                             | 62                                 | 31                             | 69                             | 82                               |
| 5. Japão         | 90                             | 98                             | 36                             | 94                                 | 27                             | 46                             | 69                               |
| 6. México        | 48                             | 89                             | 26                             | 71                                 | 33                             | 22                             | 65                               |
| 7. África do Sul | 55                             | 82                             | 34                             | 53                                 | 25                             | 14                             | 73                               |
| 8. Austrália     | 86                             | 98                             | 57                             | 82                                 | 47                             | 54                             | 90                               |
| 9. Suécia        | 94                             | 98                             | 60                             | 74                                 | 44                             | 71                             | 92                               |
| 10. Argentina    | 47                             | 90                             | 23                             | 53                                 | 20                             | 21                             | 60                               |
| 11. Finlândia    | 89                             | 97                             | 69                             | 71                                 | 42                             | 57                             | 90                               |
| 12. Coreia Sul   | 74                             | 94                             | 37                             | 67                                 | 47                             | 65                             | 73                               |
| 13. Polônia      | 56                             | 96                             | 45                             | 82                                 | 35                             | 27                             | 88                               |
| 14. Suíça        | 91                             | 95                             | 57                             | 74                                 | 53                             | 62                             | 94                               |
| 15. Brasil       | 36                             | 86                             | 28                             | 87                                 | 28                             | 24                             | 86                               |
| 16. Chile        | 64                             | 93                             | 27                             | 76                                 | 28                             | 34                             | 67                               |
| 17. Índia        | 52                             | 61                             | 22                             | 34                                 | 22                             | 9                              | 60                               |
| 18. Slovênia     | 63                             | 89                             | 50                             | 57                                 | 23                             | 35                             | 76                               |
| 19. Bulgária     | 63                             | 97                             | 28                             | 56                                 | 27                             | 19                             | 72                               |
| 20. Romênia      | 51                             | 94                             | 32                             | 75                                 | 22                             | 14                             | 60                               |
| 21. China        | 23                             | 75                             | 17                             | 55                                 | 19                             | 11                             | 49                               |
| 22. Taiwan       | 56                             | 90                             | 26                             | 66                                 | 18                             | 34                             | 52                               |
| 23. Turquia      | 60                             | -                              | 15                             | 60                                 | 22                             | 21                             | 57                               |
| 24. Ucrânia      | 61                             | 92                             | 39                             | 54                                 | 29                             | 11                             | 77                               |

continuação – 2. Fonte de Informação no Mundo.  
Uma amostra de países. Em % de respondentes

|                          | Jornal Diário                  | Rádio e Telejornais            | Revistas                       | Cobertura em profun.<br>Rádio e TV | Livros                         | Internet e e-mail              | Conversa com amigos<br>e colegas |
|--------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
|                          | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada     | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada | Utilizado na semana<br>passada   |
| 25. Peru                 | 61                             | 87                             | 20                             | 71                                 | 25                             | 29                             | 66                               |
| 26. Gana                 | 23                             | 82                             | 11                             | 57                                 | 33                             | 9                              | 80                               |
| 27. Moldavia             | 55                             | 90                             | 26                             | 79                                 | 24                             | 19                             | 84                               |
| 28. Tailândia            | 50                             | 91                             | 27                             | 58                                 | 39                             | 14                             | 72                               |
| 29. Indonésia            | 53                             | 91                             | 33                             | 68                                 | 42                             | 21                             | 85                               |
| 30. Vietnã               | 39                             | 95                             | 21                             | 75                                 | 23                             | 10                             | 73                               |
| 31. Sérvia               | 73                             | 89                             | 31                             | 49                                 | 30                             | 29                             | 84                               |
| 32. Egito                | 24                             | 79                             | 6                              | 54                                 | 10                             | 8                              | 69                               |
| 33. Marrocos             | 31                             | 87                             | 17                             | 70                                 | 15                             | 27                             | 85                               |
| 33. Jordânia             | 42                             | 86                             | 12                             | 47                                 | 22                             | 17                             | 67                               |
| 34. Chipre               | 76                             | 90                             | 71                             | 70                                 | 39                             | 36                             | 81                               |
| 35. Trindade e<br>Tobago | 81                             | 92                             | 23                             | 71                                 | 38                             | 21                             | 88                               |
| 36. Andorra              | 85                             | 94                             | 48                             | 64                                 | 40                             | 49                             | 93                               |
| 37. Malásia              | 87                             | 91                             | 46                             | 75                                 | 43                             | 37                             | 80                               |
| 38. Burkina Faso         | 19                             | 66                             | 16                             | 51                                 | 22                             | 7                              | 67                               |
| 39. Etiópia              | 53                             | 79                             | 35                             | 52                                 | 38                             | 18                             | 72                               |
| 40. Mali                 | 32                             | 71                             | 32                             | 57                                 | 30                             | 22                             | 81                               |
| 41. Ruanda               | 10                             | 63                             | 11                             | 45                                 | 25                             | 9                              | 93                               |
| 42. Zâmbia               | 43                             | 72                             | 24                             | 39                                 | 33                             | 18                             | 74                               |
| Total de usuários        | 32.605<br>(55,6%)              | 50.531<br>(86,5%)              | 18.316<br>(31,4%)              | 37.052<br>(62,8%)                  | 17.298<br>(25,8%)              | 15.346<br>(26,9%)              | 44.338<br>(74,6%)                |
| Total de não<br>usuários | 26.050<br>(44,4%)              | 7.891<br>(13,5%)               | 39.938<br>(68,6%)              | 21.979<br>(37,2%)                  | 49.902<br>(74,2%)              | 41.793<br>(73,1%)              | 15.098<br>(25,4%)                |

Fonte: World Values Survey. 2005-2008

## TV Globo

Apesar do declínio da confiança, está claro que a televisão é a mídia número um do Brasil. Ela tem hoje um papel de liderança ao prover não apenas entretenimento de boa qualidade para as massas, mas também notícias. Desde sua primeira exibição, em 1º de setembro de 1969, o Jornal Nacional da TV Globo tornou-se o noticiário mais importante do Brasil. Foi o primeiro programa de notícias regular e diário a ser transmitido em todo o território no formato americano, isto é, através de uma rede nacional de estações de TV localizada em todas as regiões. Ao mesmo tempo, a TV Globo foi o primeiro canal de TV a inovar na cobertura de ocorrências nacionais e internacionais.

### 3. Hábitos de audiência -TV- Brasil - 1997

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| Não assiste TV          | 6,1%  |
| 1-2 horas por dia       | 47 %  |
| 2-3 horas por dia       | 17,1% |
| Mais de 3 horas por dia | 29,8% |
| Respondentes            | 1.149 |

Fonte: World Values Survey

### 4. Mercado de Comunicação de Massa. Brasil/2005

|                                     | No. de veículos    | Participação no mercado |
|-------------------------------------|--------------------|-------------------------|
| Sistema Público de TV/ Independente | 137 estações de TV | -                       |
| Sistema Privado de TV               | 668 estações de TV | -                       |
| TV                                  | -                  | 56,1% (US\$ 3.007 mi)   |
| Jornal                              | -                  | 21,5% (US\$ 1.153mi)    |
| Revista                             | -                  | 10,6% (US\$ 566mi)      |
| Rádio                               | -                  | 4,9% (US\$ 262mi)       |
| Outro                               | -                  | 6,9% (US\$ 370mi)       |

Fonte: Donos da Mídia



Também em 1969, nasceu a TV Cultura, a televisão pública do Estado de São Paulo. Ela pertence a uma instituição pública – Fundação Padre Anchieta – que também possui um canal de TV a cabo para crianças, TV Rá-Tim-Bum, e duas estações públicas de rádio (AM e FM). Esses veículos possuem objetivos educacionais, artísticos, culturais e jornalísticos comuns, produzindo programas que visam preservar as culturas regional e nacional apoiando ainda produções independentes. Esse canal afirma ter independência em relação ao Estado, partido e governo. A programação da TV Cultura é muito similar a NHK, canal público japonês. Muitos dos programas da TV Cultura são retransmitidos nacionalmente por outras estações públicas similares em diversos estados. O noticiário de horário nobre da TV Cultura é o Jornal da Cultura (JC).

## **Metodologia**

Um total de 399 notícias do Jornal Nacional (TVG) e 421 do Jornal da Cultura (TVC) veiculadas nas semanas de 20 a 26 de janeiro de 2008, 10 a 16 de fevereiro de 2008, 2 a 8 de março de 2008 e 23 a 29 de março de 2008 foram gravadas. Uma análise de conteúdo desses telejornais foi então realizada. Para tanto, os codificadores seguiram as orientações estabelecidas num Guia do Codificador. Documento que foi consolidado em conjunto por pesquisadores da Bélgica, Bulgária, Canadá, Chile, China, Egito, Finlândia, Alemanha, Hong Kong, Israel, Itália, Japão, Polônia, Portugal, Cingapura. África do Sul, Suécia, Suíça, Taiwan, Inglaterra, Estados Unidos e Brasil. Este estudo faz parte do projeto comum internacional que estes acadêmicos realizam sobre o noticiário de

TV no mundo. O principal objetivo deste projeto internacional é (1) descrever os processos de decisão editorial que as empresas de telejornalismo adotam, (2) descrever o conteúdo e a natureza dos telejornais, (3) descrever a percepção das audiências a estes conteúdos. Portanto, o levantamento que ora apresentamos diz respeito a uma destas fases do estudo. À semelhança do que está sendo feito em todos os países que integram esta pesquisa, descrevemos aqui o conteúdo do noticiário considerando as emissões de dois telejornais, o produzido e veiculado por uma emissora privada (Jornal Nacional) e outro por uma emissora pública (Jornal da Cultura).

## Resultados

**1. Delinquência e desconfiança** – A delinquência de atores públicos e sociais representa 22,5% de todas as notícias nacionais e 4h 48min de transmissão em ambos os canais neste período de pesquisa. O público vê esse tipo de comportamento como uma ameaça à sobrevivência de todos os cidadãos e do país inteiro. Neste sentido, as notícias nacionais nos canais alvo do estudo tornaram-se em boa medida uma crônica policial. Ao mesmo tempo, isso reflete e reforça o clima de descrença nas autoridades públicas, assim como a desconfiança do público na solidez da coesão social e na futilidade do altruísmo. É possível dizer que a corrupção (7,3% de todos os itens e 1h 50min de transmissão), crimes de colarinho branco (2,1% e 17min.) e roubo (2,4% e 24min) são os “Quatro Cavaleiros do Apocalipse” das notícias da TV brasileira, considerando os dados coletados nesta amostra.

## 5. Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse do Brasil – TVG e TVC

|   |       |               |
|---|-------|---------------|
| A. Delinquência                         | 22,5% | 4h 48 minutos |
| 1. Corrupção                            | 7,3%  | 1h 50 minutos |
| 2. Crimes do colarinho branco           | 2,1%  | 17 minutos    |
| 3. Homicídios e investigações de crimes | 5%    | 46 minutos    |
| 4. Roubos                               | 2,4%  | 24 minutos    |

Em grande medida esse “mau-comportamento” explica também porque aqueles 22,5% de todas as notícias nacionais mostram a forma com que os jornalistas seguem de perto cada movimento dos burocratas do Estado e dos políticos em todas as áreas de poder. Além disso, descrença e sentimento de insegurança social também explicam porque os *polycymakers* nos setores da economia privada e estatal (como empresários, investidores, executivos de corporações, líderes sindicais e banqueiros entre muitos outros) continuam também sob vigilância da imprensa. Certamente, essa tradição watchdog (cão de guarda) jornalística não é exclusivamente nacional, mas tem um sabor brasileiro único: jornalistas e opinião pública desconfiam da burocracia estatal e da concentração de poder político e econômico em poucas mãos. Isso reflete a ansiedade pública da maioria dos cidadãos que vê tal comportamento como um assalto realizado por grupos, partidos políticos e indivíduos – da esquerda à direita do espectro ideológico – contra as instituições de estado e seus fundos. Corrupção é a grande história das notícias brasileiras. Vigiar tais desvios significa para o público ser capaz de ler os lábios daqueles que trabalham com a fachada circunspeta de funcionários públicos servis e daqueles que de fato podem romper a ordem social através de

regulações hipócritas, leis e acordos convenientes de todos os tipos. Em outras palavras, assistir notícias é estar vigilante contra este tipo de incertezas políticas e sociais. Corrupção, crime de colarinho branco e a violência urbana são acompanhados por seus “irmãozinhos” menores: acidentes de trânsito (2,9% e 48min), quebra da ordem interna (1,7% e 14min) e vício de drogas (1,1% e 10min).

## 6. ‘Os Irmãos Menores’ – Delinquência no Telejornalismo. TVG e TVC. Brasil

|                       |      |            |
|-----------------------|------|------------|
| 1. Acidentes de carro | 2,9% | 48 minutos |
| 2. Desordem interna   | 1,7% | 14 minutos |
| 3. Drogadição         | 1,1% | 10 minutos |

**2. O estado sob ameaça** - Como dito, um sentimento de insegurança e descrença é sentido pelo público em relação ao Estado. Tal sentimento é refletido nas notícias. A principal agenda destes noticiários é seguir a forma com que a burocracia estatal opera e afeta a rotina diária do público. Um total de 15% de todos os itens noticiados e 4h 7min de todo tempo de transmissão neste período do estudo lidaram com estes tópicos. O poder executivo é pauta constante de ambas as organizações noticiosas (3,9% de todas as notícias e 2h 4min de transmissão), seguido pelas atividades de personagens políticos (3% e 26,46min), suas declarações (1,7% e 25,51min.), decisões legais e ações policiais (1,5% e 26,4min), relações e negociações entre os partidos políticos (1,3% e 27,1min) e problemas relacionados ao orçamento (1,3% e 27,1min).

## 7. Desconfiança na burocracia de Estado. TVG e TVC. Brasil

|                                     |      |               |
|-------------------------------------|------|---------------|
| B. Burocracia de Estado             | 15%  | 4h 7 minutos  |
| 1. Atividades do Poder Executivo    | 3,9% | 2h 4 minutos  |
| 2. Atividades de políticos          | 3%   | 26,46 minutos |
| 3. Atividades de partidos políticos | 2,3% | 28,51 minutos |
| 4. Declaração de políticos          | 1,7% | 25,51 minutos |
| 5. Medidas legais e políticas       | 1,5% | 26,4 minutos  |
| 6. Relações interpartidárias        | 1,3% | 27,1 minutos  |
| 7. Orçamento                        | 1,3% | 27,1 minutos  |

**3. Pobreza e sociedade** – Problemas sociais totalizam 14,2% de todas as notícias e 3h 5min de transmissão. Este tópico inclui: epidemias de saúde (3,4% e 49min), condições de pobreza (1,3% e 34min), e condições do sistema de saúde (1,3% e 34min).

## 8. Pobreza e Sociedade. TVG e TVC. Brasil

|                               |       |              |
|-------------------------------|-------|--------------|
| C. Problemas Sociais          | 14,2% | 3h 5 minutos |
| 1. Epidemias                  | 3,4%  | 49 minutos   |
| 2. Condições de Pobreza       | 1,3%  | 34 minutos   |
| 3. Estado do sistema de saúde | 1,1%  | 6 minutos    |

Além disso, um espectador vigilante e observador das condições sociais no Brasil segue de perto as notícias econômicas (8,4% de todas as notícias e 1h 56min de transmissão), isto é, o estado da economia (2,9% e 38,5min), índices econômicos (2,1% e 17min), tarifas e impostos (2,1% e 26min) e mercado de ações (1,3% e 14min).

## 9. Notícias e economia. TVG e TVC. Brasil

|                         |      |               |
|-------------------------|------|---------------|
| D. Noticiário Econômico | 8,4% | 1h 56 minutos |
| 1. Estado da economia   | 2,9% | 37 minutos    |
| 2. Índices econômicos   | 2,1% | 17 minutos    |
| 3. Tarifas              | 2,1% | 26 minutos    |
| 4. Ações                | 1,3% | 14 minutos    |

**4. Entre a guerra e a paz** – Como acontece no noticiário nacional, o internacional também dá ênfase à violência. Isso quer dizer que, para essa tradição de valores noticiosos, a quebra da paz mundial e conflitos reais são facilmente agendados, pois atraem a atenção dos lares brasileiros. Predomina o entendimento de que as iniciativas de paz são capazes de abrir as portas destes mesmos lares se e apenas se for possível transmitir alguma dose de heroísmo e dramaticidade à tela. Nesse exemplo, notícias sobre o mundo representaram 15,1% de todos os tópicos noticiosos e 3h 1min de transmissão. Conflitos e tensões internacionais (5,7% do total de notícias e 1h 12min) e terrorismo (5,2% e 53min) foram os favoritos. Distantes estavam as visitas diplomáticas (2,7% e 34min) e os negócios internacionais (1,5% e 27min). Neste caso como em muitos outros, “boas notícias parecem ser as más notícias”.

## 10. Noticiário Internacional. TVG e TVC. Brasil

|                                       |       |               |
|---------------------------------------|-------|---------------|
| D. Noticiário Internacional           | 15,1% | 3h 1 minuto   |
| 1. Tensões e conflitos internacionais | 5,7%  | 1h 12 minutos |
| 2. Terrorismo                         | 5,2%  | 53 minutos    |
| 3. Visitas diplomáticas               | 2,7%  | 34 minutos    |
| 4. Comércio internacional             | 1,5%  | 27 minutos    |

**5. Showarismo** – ‘Soft news’ (14,1% de todas as frequências e 3h 16min de transmissão) incluídos neste estudo foram aniversário (de São Paulo) (4%

e 1h 20min. de transmissão), campeonatos (2% e 19,5min), internet (1,7% e 29min.), invenções (1,7% e 23,45min.), atletas individuais (2,1% e 33min.), tecnologia (1,1% e 2,8min.) e novas tecnologias de saúde (1,5% de toda frequência e 39min.). Festividades, principalmente tradições populares e rituais são formas de escapar das dificuldades cotidianas. Cobrindo esses ajuntamentos de massa (que são muitos em diversos tempos e regiões no Brasil em todas as épocas do ano), os noticiários de TV ajudam as pessoas a escapar para a fantasia e o encantamento. Esportes, principalmente o futebol, funcionam da mesma forma. Futebol é uma espécie de lubrificante social que ajuda a sociedade interagir. Como acontece na esfera privada, onde o álcool funciona como um facilitador de conversação interpessoal, os esportes e o diálogo fácil que envolve a ação dos jogadores e o desenrolar dos jogos veiculadas na imprensa ajudam a conversação social. Os esportes (principalmente o futebol) proveem uma dose controlada e necessária de (falsa) agonia ao público brasileiro. Ajuda a quebrar o tédio dos fins de semana. O futebol e a conversa que o cerca – em centenas de horas de transmissão em estações de rádio e TV todos os dias do ano durante todo ano – ajuda também o público a se engajar num assunto sem consequências e relevância à vida social. Parece que esta última qualidade e habilidade de provocar uma “conversação social sanitizada” é uma propriedade-chave e uma exigência real a tópicos e comportamentos capazes de se tornarem mediadores sociais e de massa. Futebol ajuda as pessoas a sustentar falsas e folclóricas disputas que facilmente se evaporam. Neste estudo, ambas as redes de TV nacionais dedicaram uma porção de

seu tempo a estes propósitos de produzir heróis, facilitar a interação social e dar um destino ao tempo livre das pessoas.

Neste particular, uma análise comparativa entre esses dois canais de TV mostra uma diferença marcante nas agendas de notícias: a TV privada dá muito mais proeminência ao esporte – as boas notícias do “shownarlismo”. Ambas concordam que a tensão internacional e o terrorismo fazem boas notícias também. Por outro lado, o aniversário de São Paulo foi o principal ingrediente da dieta de “shownarlismo” da TV Cultura.

### 11. *Soft News. TVG e TVC. Brasil*

|                               |       |               |
|-------------------------------|-------|---------------|
| E. Soft News                  | 14,1% | 4h 16 minutos |
| 1. Aniversário (de São Paulo) | 4%    | 1h 20 minutos |
| 2. Campeonatos                | 2%    | 19,5 minutos  |
| 3. Internet                   | 1,7%  | 29 minutos    |
| 4. Invenções                  | 1,7%  | 23,45 minutos |
| 5. Atletas individuais        | 2,1%  | 33 minutos    |
| 6. Tecnologia                 | 1,1%  | 2,8 minutos   |
| 7. Novas tecnologias de saúde | 1,5%  | 39 minutos    |

**7. Um pouco de tudo** – Finalmente, a categoria Informação Geral inclui diferentes tópicos (13,3% de todas as notícias e 3h 37min de transmissão) como agricultura (1,9% e 4,5min), estatísticas demográficas (1,9% e 33min), alimentação (1,7% e 24min), informação nova sobre saúde (1,5% e 39min), transporte (2,3% e 37,13min), ambiente (2,9% e 33min) e previsão do tempo (1,1% e 8,3min).



## 12. Informação Geral. TVG e TVC. Brasil

|                              |       |               |
|------------------------------|-------|---------------|
| F. Informação Geral          | 13,3% | 3h 37 minutos |
| 1. Agricultura               | 1,9%  | 4,5 minutos   |
| 2. Estatísticas demográficas | 1,9%  | 33 minutos    |
| 3. Alimentação               | 1,7%  | 24 minutos    |
| 4. Informação sobre saúde    | 1,5%  | 39 minutos    |
| 5. Transporte                | 2,3%  | 36,73 minutos |
| 6. Meio ambiente             | 2,9%  | 33 minutos    |
| 7. Tempo                     | 1,1%  | 8,3 minutos   |

**8. Poder, guerra, terror, doença e alguma alegria** – A próxima tabela mostra que a maior parte de tempo de transmissão foi dedicada à cobertura das atividades do Poder Executivo. Em ordem decrescente estão (2) eventos, (3) tensões internacionais e desacordos, (4) terrorismo internacional e (5) epidemias. Contudo, essa ordem não é a mesma nos títulos. Das 399 notícias da TV Globo, 136 foram referidas nas manchetes (34%). Na TV Cultura, das 421 histórias 99 foram tituladas (23,5%). Ou seja, nesta análise de conteúdo, de 811 histórias, 235 foram citadas nas chamadas dos noticiários. Enquanto a categoria “tensões internacionais” está em primeira posição, “terrorismo internacional” está em segundo. Abuso de poder político está em terceira posição. O único tópico de notícias suaves (soft news) que aparece – eventos – posiciona-se em quinto lugar.

### 13. Tempo das Notícias. TVG e TVC. Brasil

| Tempo total de transmissão em segundos TVG e TVC | TVG e TVC Ranking por tempo de transmissão | Frequência de histórias nas manchetes de ambos os telejornais* | Descrição                                   |
|--|--|--|---|
| 4361   | 3  | 18 (1)   | Tensões internacionais e desacordos         |
| 3194   | 4  | 17 (2)   | Terrorismo internacional                    |
| 2376   | 6  | 13 (3)   | Abuso do poder político                     |
| 4820   | 2  | 11 (5)   | Aniversário                                 |
| 5899   | 1  | 12 (4)   | Atividades do Executivo                     |
| 2963   | 5  |  | Epidemias                                   |
| 1558   | 20   | 12 (4)   | Atividades de políticos                     |
| 2259   | 8  |  | Estado da economia                          |
| 2074   | 11   |  | Visitas diplomáticas                        |
| 1625   | 18   |  | Decisões judiciais                          |
| 1446   | 25   |  | Roubo                                       |
| 1711   | 17   |  | Atividades de partidos políticos            |
| 1020   | 34   |  | Crime do colarinho branco                   |
| 1019   | 35   |  | Índices econômicos                          |
| 1559   | 21   | 12 (4)   | Tarifas                                     |
| 2123   | 10   |  | Homicídios                                  |
| 1119   | 35   |  | Campeonatos                                 |
| 274  | 47   |  | Agricultura                                 |
| 1992   | 13   |  | Estatísticas demográficas                   |
| 1531   | 23   |  | Declarações e atividades de políticos       |
| 856  | 38   |  | Ordem Interna: outro                        |
| 1750   | 16   |  | Internet                                    |
| 1407   | 26   | 10 (6)   | Invenções                                   |
| 2266   | 7  |  | Acidentes de carro                          |
| 2266   | 7  | 10 (6)   | Comissão investigação                       |
| 1453   | 24   |  | Alimentação                                 |
| 1584   | 20   |  | Medidas políticas e legais                  |
| 748  | 41   |  | Comércio internacional                      |
| 2347   | 9  |  | Novas tecnologias de saúde e prática médica |
| 2039   | 12   |  | Condições de pobreza                        |
| 1597   | 19   |  | Relações interpartidárias                   |

\*Em parênteses: ranking dos tópicos mais frequentes nas manchetes.

continuação – 13. Tempo das Notícias. TVG e TVC. Brasil

| Tempo total de transmissão em segundos TVG e TVC | TVG e TVC Ranking por tempo de transmissão | Frequência de histórias nas manchetes de ambos os telejornais* | Descrição                           |
|--|--|--|-------------------------------------|
| 31   | 49   |  | Negociações diplomáticas e acordo   |
| 1226   | 29   |  | Orçamento                           |
| 794  | 39   |  | Temas legais econômicos             |
| 793  | 40   |  | Corrupção (não política)            |
| 1157   | 31   |  | Transportes e infraestrutura        |
| 668  | 42   |  | Comportamento dos motoristas        |
| 1047   | 33   |  | Transporte relacionado à construção |
| 360  | 46   |  | Estado do sistema de saúde          |
| 1347   | 27   |  | Condições do serviço social         |
| 917  | 36   |  | Comércio exterior                   |
| 619  | 44   |  | Drogadição                          |
| 1979   | 15   | 10 (6)   | Atletas, treinadores e times        |
| 665  | 43   |  | Investigação de crimes              |
| 882  | 37   |  | Bolsa de ações                      |
| 1984   | 14   | 10 (6)   | Ameaças ao ambiente                 |
| 499  | 45   |  | Previsão do tempo                   |
| 1265   | 28   |  | Pessoas comuns                      |
| 167  | 48   |  | Tecnologia                          |

\*Em parênteses: ranking dos tópicos mais frequentes nas manchetes.

**9. Fascínio e abominação** – Brasil e Estados Unidos são os mais proeminentes entre todos os países referidos nas notícias brasileiras. Colômbia está em terceiro lugar. Muito menor atenção é dada aos outros. Contudo, eventos originados nos EUA ganharam mais atenção nas redações brasileiras do que os originados no Brasil. Pode ser dito que os EUA

são o *Outro* no imaginário brasileiro e ocupa muita atenção das notícias nacionais. Tal quantidade de notícias e ênfase tem um impacto nas relações de amor e ódio da opinião pública brasileira a tudo que se relaciona aos americanos. Fascinação e abominação andam de mãos dadas em ambos – na tela e na estima pública.

#### 14. Países envolvidos no evento. País da ocorrência.

| TVG<br>Frequência | TVC<br>Frequência | % do<br>total<br>de<br>tópicos<br>nos<br>telejornais | Ranking<br>por país | Ranking<br>por país | TVG<br>Frequência | TVC<br>Frequência | % do<br>total<br>de<br>tópicos<br>nos<br>telejornais |
|-------------------|-------------------|--|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|--|
| 22                | 21                | 43 (4,3%)  | 1. Brasil           | 1. USA              | 42                | 26                | 68 (8,2%)  |
| 21                | 14                | 35 (4,3%)  | 2. USA              | 2. Brasil           | 23                | 19                | 42 (5,1%)  |
| 12                | 9                 | 21 (2,6%)  | 3. Colômbia         | 3. França           | 7                 | 8                 | 15 (1,8%)  |
| 3                 | 4                 | 7 (0,8%)   | 4. China            | 4. Espanha          | 5                 | 7                 | 12 (1,5%)  |
| 3                 | 4                 | 7 (0,8%)   | 4. Venezuela        | 4. China            | 5                 | 7                 | 12 (1,5%)  |
| 2                 | 4                 | 6 (0,7%)   | 5. Equador          | 4. Timor            | 4                 | 8                 | 12 (1,5%)  |
| 5                 | 1                 | 6 (0,7%)   | 5. Israel           | 4. Colômbia         | 2                 | 10                | 12 (1,5%)  |
| 2                 | 2                 | 4 (0,5%)   | 6. Japão            | 5. Itália           | 4                 | 6                 | 10 (1,2%)  |
| 2                 | 2                 | 4 (0,5%)   | 6. Portugal         | 5. Inglaterra       | 4                 | 6                 | 10 (1,2%)  |
| 1                 | 2                 | 3 (0,4%)   | 7. Polónia          | 6. Alemanha         | 3                 | 6                 | 9 (1,1%)   |
| 1                 | 2                 | 3 (0,4%)   | 7. Suécia           |                     |                   |                   |  |

**10. Mente paroquial e dieta fast food** – Em grande medida, a TV Globo e a TV Cultura contam a história das nossas vizinhanças. Essas narrativas sobre conhecidos cenários parecem ao público muito mais real e compreensível do que as ocorrências além-mar, em terras distantes. Portanto, quanto mais próxima a ocorrência mais fácil ela se torna para seu enquadramento no noticiário do horário nobre das emissoras. A mente paroquial do público facilmente supera em força e relevância as demandas

das elites cosmopolitas brasileiras aos jornalistas. A mensagem do grande público para a TV parece ser esta: “não espere fazer o mundo transparente para as massas. Limite-se em realçar assuntos locais, regionais e internacionais para nós. Faça isso nessa ordem. Dê-nos uma boa quantidade de notícias, mas não espere oferecer isso com alta qualidade de cobertura. Relate-nos os fatos com um mínimo de palavras. Histórias sobre novas ocorrências devem ser contadas nos formatos antigos.” Essa demanda explica por um lado porque o noticiário internacional possui uma razoável presença na tela e por outro porque essa categoria está quase em último lugar em tempo de transmissão. Dito de forma simples: esta fórmula funcionará desde que os noticiários ofereçam ao público um pouco do muito do que ocorre no mundo (muito raramente o formato documentário ou cobertura de profundidade está presente no horário nobre da televisão nacional). Trata-se com se vê de uma dieta fast food, com muitos ingredientes, provendo alguma admiração e muitas emoções nos poucos minutos dos noticiários. Ou seja, apenas 20,8% das notícias são eventos claramente internacionais e apenas 8,3% delas têm potencialmente impacto internacional, ou seja, distante de uma clara perspectiva ou interesse nacional. Entre todos os atores internacionais, as portas dos noticiários brasileiros estão e continuam abertas às organizações terroristas e às Nações Unidas.

## 15. Organizações internacionais envolvidas no noticiário. TVG e TVC. Brasil

| Ranking das Organizações Internacionais | Frequência | Percentual |
|---|------------|------------|
| 1. Terrorismo internacional             | 26         | 34,7       |
| 2. Nações Unidas                        | 16         | 21,3       |
| 3. Comunidade Europeia                  | 8          | 10,7       |
| 4. OAS                                  | 6          | 8,0        |
| 5. UNICEF                               | 4          | 5,3        |
| 6. Mercosul                             | 3          | 4,0        |
| 6. WHO                                  | 3          | 4,0        |
| 7. ILO                                  | 2          | 2,7        |
| 7. Banco Mundial                        | 2          | 2,7        |
| 8. NAFTA                                | 1          | 1,3        |
| 8. Conselho de Segurança                | 1          | 1,3        |
| 8. Unesco                               | 1          | 1,3        |
| 8. FMI                                  | 1          | 1,3        |
| 8. G8                                   | 1          | 1,3        |

## 16. Amplitude geográfica do evento

| Categorias        | TVG<br>Frequência | TVC<br>Frequência | Percentual |
|-------------------|-------------------|-------------------|------------|
| 1.Cidade          | 50                | 68                | 13,4       |
| 2.Região          | 47                | 40                | 10,1       |
| 3.Nacional        | 172               | 138               | 35,2       |
| 4. Mundial/região | 27                | 28                | 6,2        |
| 5.Mundo           | 102               | 126               | 25,7       |
| 6. Não explícito- | -                 | -                 |            |

## 17. Impacto potencial do evento – natureza do evento

| Categorias          | TVG<br>Fre-<br>quencia | TVC<br>Fre-<br>quencia | %    | Categorias              | TVG<br>Fre-<br>quencia | TV<br>Fre<br>quencia | %    |
|---------------------|------------------------|------------------------|------|-------------------------|------------------------|----------------------|------|
| 1. Cidade           | 6                      | 22                     | 3,2  | 1.Doméstico             | 232                    | 228                  | 52,2 |
| 2. Região           | 10                     | 13                     | 2,6  | 2.Doméstico<br>/estrng. | 51                     | 37                   | 10   |
| 3. Nacional         | 61                     | 53                     | 12,9 | 3.Estrang/<br>Doméstico | 37                     | 29                   | 7,5  |
| 4. Mundo/<br>região | 6                      | 4                      | 1,1  | 4.Estrangeiro           | 77                     | 106                  | 20,8 |
| 5. Mundial          | 29                     | 44                     | 8,3  |                         |                        |                      |      |
| 6. Não explícito    | 285                    | 263                    | 68   |                         |                        |                      |      |

As notícias internacionais estão nas manchetes com frequência. De fato, há um pouco de notícias do mundo nos telejornais todos os dias. Contudo, essa presença não se traduz em tópicos de conversação diária dos brasileiros. Este fato já foi mencionado pelo autor noutro estudo (Wainberg, 2006)<sup>3</sup>. Na verdade, existem muitos obstáculos para o processamento cognitivo das notícias internacionais pelo público brasileiro. Há dificuldades notáveis nas etapas do conhecimento, compreensão, análise, interpretação e síntese destas notícias. A exceção que vem sendo registrada é a da categoria cognitiva Aplicação onde a maioria do público é capaz de comparar adequadamente eventos internacionais com nacionais. Isso é possível desde que exista fenômeno semelhante no país, como é o caso das guerras entre traficantes e o medo nacional da violência urbana. Essas experiências possibilitam aos cidadãos brasileiros compreender, por analogia, o medo ao terrorismo que outros sentem vivendo em terras distantes. Existe também uma recusa afetiva ao noticiário internacional. O nível de discernimento e valorização desse tipo de informação pelo público é extremamente baixo. As pessoas geralmente estão indispostas ao noticiário internacional, exceção feita quando a opinião pública fica alerta aos momentos de crise internacional profunda.

As fontes internacionais de informação utilizadas pelas emissoras estudadas são diversas. Correspondentes internacionais vão ao ar em ambos os casos (principalmente na TV Globo), mas não sempre. Apesar do esforço brasileiro de cobrir alguns aspectos da arena internacional enviando além-mar um número

3 WAINBERG, Jacques. Misunderstanding international news in Brazil. *Brazilian Journalism Research*, v. 2., n. 1, p. 67-89, semester 1, . 2006.

pequeno de correspondentes e de manter sucursais em algumas capitais globais, fica evidente que há um grau de dependência das agências internacionais e emissoras globais estrangeiras.

### 18. Fontes do conteúdo visual

|                | Frequencia | TVG | TVC | Percentual |
|----------------|------------|-----|-----|------------|
| CNN            | 27         | 6   | 21  | 2,8        |
| BBC            | 1          | 0   | 1   | ,1         |
| Outro          | 29         | 14  | 15  | 3,1        |
| S/determinação | 21         | 1   | 20  | 2,4        |

### 19. Fontes internacionais: agências internacionais

|                              | Frequencia | TVG | TVC | Percentual |
|------------------------------|------------|-----|-----|------------|
| Sim                          | 68         | 13  | 55  | 7,7        |
| Sim, mas não pode determinar | 55         | 21  | 34  | 6,3        |
| Total                        | 123        |     |     | 14,0       |

**11. A tela sanitizada** – A TV brasileira tem esta fórmula: acolhe brigas e conflitos, principalmente interpessoais, e a destruição de bens, mas recusa cadáveres e vítimas feridas. Mas a maioria das edições dos noticiários em ambos os canais veicula uma grande quantidade de temas além de conflitos. No nosso exame, em 85,8% dos casos relação alguma foi verificada entre o conteúdo das notícias e um conflito explícito. Na maioria dos casos onde isso ocorre, não era nem social nem político. Era a crônica de disputas entre pessoas - quatro no máximo. Eram embates familiares, situações de trabalho, controvérsias entre membros de um grupo e não confrontos de massa, classes ou etnias. Nesses casos, pouca violência física e muito pouca morte foi mostrada ou reportada. O mesmo tipo de comportamento é adotado nos casos de pessoas feridas. Elas estão ausentes da tela. Por



outro lado, danos à propriedade parecem ser mais aceitáveis e palatáveis. Em suma, o Brasil tem uma tela relativamente limpa e sanitizada.

## 20. Notícias sobre conflito

|  | TVG | TVC | %    |
|--|-----|-----|------|
| 1. Não   | 265 | 315 | 85,8 |
| 2. Sim, conflito social                                | 11  | 4   | 2,2  |
| 3. Sim, conflito interpessoal                          | 36  | 29  | 9,6  |
| 4. Sim, mas não pode determinar a natureza do conflito | 5   | 11  | 2,4  |

## 21. Número de atores envolvidos no conflito

| No. de partidos mencionados | TVG | TVC | %    |
|-----------------------------|-----|-----|------|
| 1                           | 0   | 1   | 1,0  |
| 2                           | 36  | 28  | 66,0 |
| 3                           | 9   | 13  | 22,7 |
| 4                           | 5   | 3   | 8,2  |
| 5                           | 1   | 0   | 1,0  |
| 6                           | 1   | 0   | 1,0  |

## 22. Violência nas notícias: TVG e TVC

|   | Frequência TVG | Frequência TVC | Frequência total em ambos os canais | Percentual: Frequência total / 820 (Total de itens nos telejornais) |
|---|----------------|----------------|-------------------------------------|---|
| Violência verbal contra pessoas é noticiado             | 15             | 34             | 49                                  | 5,9   |
| Violência física contra pessoas é mostrada nas notícias | 6              | 6              | 12                                  | 1,5   |
| Assassinato é mostrado no noticiário.                   |                |                |                                     |   |
| 1 pessoa  |                |                | 34                                  | 4,1   |
| 2 pessoas   |                |                | 5                                   | 0,6   |
| 5 pessoas   |                |                | 4                                   | 0,4   |
| 4 pessoas   |                |                | 3                                   | 0,3   |
| 7 pessoas   |                |                | 3                                   | 0,3   |
| 8 pessoas   |                |                | 3                                   | 0,3   |

## continuação – 22. Violência nas notícias: TVG e TVC

|   | Frequência<br>TVG | Frequência<br>TVC | Frequência<br>total em<br>ambos os<br>canais | Percentual:<br>Frequência<br>total / 820<br>(Total de itens<br>nos telejornais) |
|---|-------------------|-------------------|--|---|
| 6 pessoas   |                   |                   | 2  | 0,2   |
| 3 pessoas   |                   |                   | 1  | 0,1   |
| A morte de pelo menos<br>uma pessoa é referida<br>verbalmente no noticiário                               |                   |                   | 34   | 12  |
| 1 pessoa  |                   |                   | 5  | 0,6   |
| 2 pessoas   |                   |                   | 4  | 0,4   |
| 5 pessoas   |                   |                   | 3  | 0,3   |
| 4 pessoas   |                   |                   | 3  | 0,3   |
| 7 pessoas   |                   |                   | 3  | 0,3   |
| 8 pessoas   |                   |                   | 3  | 0,3   |
| 25 pessoas  |                   |                   | 2  | 0,2   |
| 6 pessoas   |                   |                   | 2  | 0,2   |
| 18 pessoas  |                   |                   | 2  | 0,2   |
| 54 pessoas  |                   |                   | 2  | 0,2   |
| Média – 2.598<br>Mediana - 3<br>Amplitude– 1/200.000  |                   |                   |  |   |
| A morte de pelo menos<br>uma pessoa é mostrada<br>no noticiário (incluindo o<br>corpo ou partes do corpo) |                   |                   | 3  | 0,3   |
| Pelo menos uma pessoa<br>sendo ferida é noticiada<br>no telejornal  |                   |                   |  |   |
| 1 pessoa  |                   |                   | 11   | 1,3   |
| 2 pessoas   |                   |                   | 5  | 0,5   |
| 4 pessoas   |                   |                   | 3  | 0,3   |
| 3 pessoas   |                   |                   | 2  | 0,2   |
| 9 pessoas   |                   |                   | 1  | 0,1   |
| 60.000 pessoas  |                   |                   | 1  | 0,1   |
| Média – 1851<br>Mediana- 4<br>Amplitude- 1/59.999   |                   |                   |  |   |

## continuação – 22. Violência nas notícias: TVG e TVC

|   | Frequência<br>TVG | Frequência<br>TVC | Frequência<br>total em<br>ambos os<br>canais | Percentual:<br>Frequência<br>total / 820<br>(Total de itens<br>nos telejornais) |
|---|-------------------|-------------------|--|---|
| Pelo menos uma pessoa<br>ferida é mostrada                  |                   |                   |  |   |
| 1 pessoa  | 9                 | 8                 | 17   | 1,2   |
| 2 pessoas   | 2                 | 0                 | 2  | 0,2   |
| Prejuízo físico à<br>propriedade é reportado<br>verbalmente | 13                | 8                 | 21   | 2,5   |
| Prejuízo físico à<br>propriedade é mostrado<br>visualmente  | 17                | 15                | 32   | 3,9   |
| Consequências da<br>violência são reportadas<br>verbalmente | 4                 | 7                 | 11   | 1,3   |
| Consequências da<br>violência são mostradas<br>visualmente  | 0                 | 6                 | 6  | 0,7   |

## 23. Há um chamado à resolução do conflito na notícia?

|  | TVG<br>20 | TVC<br>23 | %    |
|--|-----------|-----------|------|
| Não há chamado para a resolução                              | 14        | 8         | 4,9  |
| Pelo menos um oponente chama por resolução                   | 1         | 4         | 0,6  |
| Pelo menos um oponente e árbitro pedem resolução             | 6         | 3         | 1,0  |
| Dois oponentes ou mais pedem resolução                       | 3         | 5         | 0,9  |
| Somente o mediador pede resolução                            | 6         | 4         | 1,1  |
| Dois ou mais oponentes e árbitro ou mediador pedem resolução |           |           |      |
| Total  |           |           | 11,0 |
| Não há conflito  |           |           | 89,0 |

## 24. Há referência a negociações na notícia?

| Percentual |   | TVG | TVC |
|------------|---|-----|-----|
| 3,9        | Não há referência a negociações             | 17  | 17  |
| 0,1        | Referência a negociações somente no passado | 1   | 0   |
| 1,5        | Referência indicando que não há negociações | 9   | 4   |
| 3,2        | Tentativas para começar negociações         | 17  | 11  |
| 2,0        | Negociações em andamento                    | 6   | 12  |

**232**

## 25. Há referência no tópico à rejeição a negociações, compromisso ou resolução?

| Quem rejeita?       | TVG | TVC | Percentual |
|---------------------|-----|-----|------------|
| Ninguém             | 20  | 21  | 5,0        |
| Um ator             | 9   | 7   | 1,8        |
| Dois ou mais atores | 7   | 6   | 1,4        |

**12. O melhor e o pior** – Os dados coletados neste estudo mostram que é mais fácil para o noticiário referir-se ao passado do que ao futuro. O passado é conhecido, o futuro uma possibilidade. O passado é fato, o futuro, uma opinião, um sonho, uma visão. Esta preferência explica também porque o jornalismo e a história andam de mãos dadas. Quanto mais distante os fatos estão no futuro, pior. O diálogo bastante comum entre o presente e o passado é de fato uma conversa da geração viva com a morta. Através da memória, os antepassados tentam controlar a vida dos vivos. Não somente historiadores e arqueólogos, mas também teólogos vivem suas vidas tratando de inspirar o presente com o passado. No entanto, muito frequentemente, criaturas vivas precisam pôr de repouso suas tradições para renascermos. Neste caso de rebelião, o morto finalmente morre. Essa tensão entre essências imaginadas e a inovação é algo que põe frente a frente aqueles que querem seguir cami-

nhos conhecidos em suas jornadas e os que desejam tentar trilhas pouco ou nunca percorridas. Em nossa amostra, fica claro que o jornalismo não prefere nenhuma das duas opções. Nem o passado remoto nem o futuro imaginado. No entanto, para o jornalismo é mais fácil tratar do passado do que do futuro. É mais fácil referir-se a *known knows*, a mundos bem conhecidos. O contrário ocorre quando se trata do futuro. Visões sobre os dias que virão são o campo preferido dos ideólogos. Já o jornalismo prefere mesmo é viver o presente que não prescreve comportamentos e evita alucinações sobre novas ordens e mundos desconhecidos, os *unknown unknowns*.

## 26. Perspectiva do tempo

| KOWN KNOWS ← REFERÊNCIA AO PASSADO           |            |     |     |            |
|--|------------|-----|-----|------------|
| Categorias                                   | Frequência | TVG | TVC | Percentual |
| Hoje   | 291        | 129 | 162 | 33         |
| Dia anterior                                 | 31         | 19  | 12  | 3,5        |
| Semana anterior ou vários dias atrás         | 56         | 36  | 20  | 6,4        |
| Mês anterior                                 | 41         | 26  | 15  | 4,7        |
| Ano anterior                                 | 85         | 47  | 38  | 9,6        |
| Referência a mais de um ano atrás            | 168        | 73  | 95  | 19,1       |
| Referência não específica ao passado         | 119        | 66  | 53  | 13,5       |
| Não é possível determinar o período de tempo | 7          | 2   | 5   | 0,8        |
| REFERÊNCIA AO FUTURO → UNKNOWN UNKNOWNNS     |            |     |     |            |
| Categorias                                   | Frequência | TVG | TVC | Percentual |
| Sem referência ao dia de hoje                | 516        | 231 | 285 | 58,6       |
| Dia seguinte                                 | 35         | 22  | 13  | 4,0        |
| Próximos dias ou semana                      | 52         | 36  | 16  | 5,9        |
| Próximo mês                                  | 56         | 39  | 17  | 6,4        |
| Próximo ano                                  | 8          | 4   | 4   | 0,9        |
| Referência a mais de um ano no futuro        | 19         | 10  | 9   | 2,2        |
| Referência não específica ao futuro          | 103        | 52  | 51  | 2,2        |
| Não é possível determinar o período de tempo | 8          | 4   | 4   | 0,9        |

**13. Uma história machista** – Em boa medida, é possível comparar narrativas jornalísticas sobre a vida real com a ficção. Ambas demandam personagens e ação. O noticiário é de fato o show da vida. Esta próxima tabela mostra uma lista de evidências a respeito destes atores e performances. A primeira delas revela os 11 primeiros atores principais. É possível verificar que a tela brasileira é um universo bastante masculino. Homens são pelo menos a metade de todos os principais personagens. A vasta maioria deles é brasileira, falando em cada notícia por pelo menos 34,47 segundos em português. Aparecem também alguns poucos americanos falando em inglês e outros falando outros idiomas. Este show da vida real funciona da mesma forma que o ficcional, com indivíduos que representam os heróis e os bandidos. Os que atuam no governo federal ocupam os papéis principais. (11,3%). De acordo com o roteiro, nesta história da vida real em horário nobre, o papel previsto para esses personagens é fazer e impor a lei. Eles são os bons rapazes. E não por acaso, os maus vêm em segundo lugar (criminosos e suas vítimas, 11,3%). Este contraste entre ordem e desordem produz tensão e drama. Depois, visitantes estrangeiros, chegando às vezes com pompa, oferecem alguma fascinação ao público (8,5%). De tempos em tempos, as pessoas comuns (vox populi) ocupam papéis principais também (4,2%). Elas falam e reclamam e choram. Finalmente, celebridades (3,7%) e intérpretes da realidade (membros da academia – 1,7%) desempenham seus papéis de comentaristas desta nova e pós-moderna “telenovela” da vida real brasileira. Papéis secundários e terciários seguem de perto as mesmas tendências: são um pouco mais machistas

que os papéis principais e um pouco mais individuais. Estes atores são majoritariamente brasileiros, falando 12,4 segundos em português seguido de um pequeno número de americanos, alguns colombianos e um número diverso de alguns outros estrangeiros (entre eles franceses, venezuelanos e argentinos). Os papéis secundários e terciários são destinados outras vezes aos mocinhos (neste caso, chefes de estado estrangeiros) e aos bandidos (prisioneiros e suspeitos). Papéis terciários permanecem sendo performances machistas. A voz do povo (*vox populi*) ocupa o terceiro lugar em papéis secundários caindo para a terceira posição em papéis terciários. Entre eles estão, ativistas de ONG, líderes sindicais, estudantes. No papel terciário, atletas e treinadores vêm em segundo e terceiro lugares, nunca em primeiro. Parece existir aqui uma regra: notícias “hard” em primeiro lugar, “entretenimento” em segundo, ideais para o *happy end* dos telejornais. A duração das notícias parece seguir a mesma regra.

## 27. Sumário: atores, língua e países – TVG e TVC. Brasil

|                             | <i>Ator Principal</i> | <i>Ator Secundário</i> | <i>Ator Terciário</i> |
|-----------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| Homens                      | 52,5%                 | 54,8%                  | 49,6%                 |
| Mulheres                    | 19,5%                 | 18,4%                  | 24,12%                |
| Ambos                       | 18,5%                 | 26,8%                  | 26,22%                |
| Individual                  | 70,6%                 | 72,2%                  | 71,7%                 |
| Grupos                      | 29,4%                 | 27,8%                  | 28,3%                 |
| Fala: média                 | 34,47 segundos        | 12,4 segundos          | 10, 2 segundos        |
| Fala: mediana               | 13 segundos           | 10 segundos            | 10 segundos           |
| Governo nacional*           | 11,3%                 | 9,4%                   | 2,7%                  |
| Chefe de Estado estrangeiro | 8,5%                  | 12,4%                  | 3,4%                  |

\* Governo Nacional (Ministro, Chefe de Estado, Membro do parlamento, Governador de estado, Dirigente de agência reguladora, Político nacional, Partido político)

## continuação - 27. Sumário: atores, língua e países – TVG e TVC. Brasil

|                               | <i>Ator Principal</i> | <i>Ator Secundário</i> | <i>Ator Terciário</i> |
|-------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| Prisioneiro                   | 7,2%                  | 7,9%                   | 2,2%                  |
| Vox populi                    | 4,2%                  | 7,9%                   | 1,7%                  |
| Vítima                        | 4,1%                  | 5,3%                   | 2,4%                  |
| Atletas estrangeiros          | 2,7%                  | -                      | -                     |
| Acadêmicos                    | 1,7%                  | 2,5%                   | -                     |
| Artistas                      | 1,0                   | -                      | 0,8                   |
| Trabalhador da saúde          | -                     | 2,5%                   | 0,9%                  |
| Atletas, treinadores e juízes | -                     | 2,3%                   | 0,9%                  |
| Líder do terrorismo           | -                     | 1,8%                   | -                     |
| Parente próximo da vítima     | -                     | 1,8%                   | -                     |
| Trabalhador/sindicalista      | -                     | -                      | 0,8                   |
| ONG                           | -                     | -                      | 0,7%                  |
| Estudante                     | -                     | -                      | 0,7%                  |
| <i>País dos atores:</i>       |                       |                        |                       |
| Brasil                        | 73,4%                 | 74,6%                  | 24,7%                 |
| USA                           | 7,5%                  | 5,8%                   | 2,4%                  |
| Colômbia                      | 2,0%                  | -                      | -                     |
| Timor Leste                   | 1,1%                  | 2,0%                   | 0,5%                  |
| Venezuela                     | 0,9%                  | 2,3%                   | 0,6%                  |
| França                        | 0,8%                  | 2,3%                   | 0,3%                  |
| Espanha                       | 0,7%                  | 0,8%                   | -                     |
| Austrália                     | 0,6%                  | -                      | 0,2%                  |
| Itália                        | 0,6%                  | 1,3%                   | 0,2%                  |
| Equador                       | 0,5%                  | 2,0%                   | 0,3%                  |
| Argentina                     | 0,5%                  | -                      | 0,6%                  |
| Afganistão                    | 0,3%                  | -                      | -                     |
| Portugal                      | 0,3%                  | -                      | -                     |
| Rússia                        | 0,3%                  | 0,8%                   | -                     |
| Síria                         | 0,3%                  | -                      | -                     |
| Inglaterra                    | 0,3%                  | -                      | 0,3%                  |
| Colômbia                      | -                     | 3,3%                   | 1,1%                  |
| Israel                        | -                     | -                      | 0,2%                  |
| <i>Língua de transmissão:</i> |                       |                        |                       |
| Português                     | 89,3%                 |                        |                       |
| Em outra língua e legenda     | 0,7%                  |                        |                       |
| Em outra língua com dublagem  | 5,3%                  |                        |                       |
| Em outra língua sem tradução  | 4,7%                  |                        |                       |



## Conclusões

### 28. Sumário do Conteúdo Noticioso: TVG e TVC

| Frequência<br>TVG e TVC | Ranking por<br>frequência<br>TVG e TVC | %<br>Total<br>TVG e TVC | Descrição                                      |
|-------------------------|--|-------------------------|--|
| 52                      | 1                                      | 5,7                     | Tensão internacional e desacordos              |
| 46                      | 2                                      | 5,2                     | Terrorismo internacional                       |
| 39                      | 3                                      | 4,4                     | Abuso do poder político                        |
| 36                      | 4                                      | 4,0                     | Aniversário de eventos                         |
| 35                      | 5                                      | 3,9                     | Atividades do executivo                        |
| 30                      | 6                                      | 3,4                     | Epidemia da saúde                              |
| 27                      | 7                                      | 3,0                     | Atividades de políticos individuais            |
| 26                      | 8                                      | 2,9                     | Estado da economia                             |
| 24                      | 9                                      | 2,7                     | Visitas diplomáticas                           |
| 24                      | 9                                      | 2,7                     | Decisões judiciais                             |
| 22                      | 10                                     | 2,4                     | Roubo  |
| 21                      | 11                                     | 2,3                     | Atividades de partidos políticos               |
| 19                      | 12                                     | 2,1                     | Crime do colarinho branco                      |
| 19                      | 12                                     | 2,1                     | Índices econômicos                             |
| 19                      | 12                                     | 2,1                     | Tarifas  |
| 18                      | 13                                     | 2,0                     | Homicídio                                      |
| 18                      | 13                                     | 2,0                     | Campeonatos                                    |
| 17                      | 14                                     | 1,9                     | Agricultura                                    |
| 17                      | 14                                     | 1,9                     | Estatísticas demográficas                      |
| 16                      | 15                                     | 1,7                     | Declarações e atividades<br>de políticos       |
| 16                      | 15                                     | 1,7                     | Ordem interna: outro                           |
| 16                      | 15                                     | 1,7                     | Internet                                       |
| 16                      | 15                                     | 1,7                     | Invenções                                      |
| 16                      | 15                                     | 1,7                     | Acidentes de carro                             |
| 15                      | 15                                     | 1,7                     | Comissão de inquérito                          |
| 15                      | 15                                     | 1,7                     | Alimentação                                    |
| 14                      | 16                                     | 1,5                     | Medidas legais e políticas                     |
| 14                      | 16                                     | 1,5                     | Comércio internacional                         |
| 14                      | 16                                     | 1,5                     | Novas tecnologias de saúde<br>e prática médica |
| 13                      | 17                                     | 1,3                     | Condições de pobreza                           |
| 12                      | 18                                     | 1,3                     | Relações interpartidárias                      |
| 12                      | 18                                     | 1,3                     | Negociações diplomáticas<br>e acordos          |
| 12                      | 18                                     | 1,3                     | Orçamento                                      |
| 12                      | 18                                     | 1,3                     | Questões econômicas legais                     |
| 11                      | 19                                     | 1,2                     | Corrupção (não política)                       |

## continuação – 28. Sumário do Conteúdo Noticioso: TVG e TVC

| Frequência TVG e TVC | Ranking por frequência TVG e TVC | % Total TVG e TVC | Descrição                                |
|----------------------|----------------------------------|-------------------|--|
| 11                   | 19                               | 1,2               | Transporte e infraestrutura              |
| 11                   | 19                               | 1,2               | Comportamento na direção de carros       |
| 10                   | 20                               | 1,1               | Transporte relacionado à construção      |
| 10                   | 09                               | 1,1               | Estado do sistema de saúde               |
| 10                   | 09                               | 1,1               | Condições do serviço social              |
| 10                   | 20                               | 1,1               | Comércio internacional                   |
| 10                   | 20                               | 1,1               | Drogadição                               |
| 19                   | 12                               | 2.1               | Atletas individuais, treinadores e times |
| 27                   | 7                                | 3.0               | Investigação de crimes                   |
| 12                   | 18                               | 1.3               | Mercado de ações                         |
| 25                   | 9                                | 2,9               | Ameaças ao ambiente                      |
| 10                   | 20                               | 1.1               | Previsão do tempo                        |
| 10                   | 09                               | 1.1               | Pessoas comuns                           |
| 10                   | 09                               | 1.1               | Tecnologia                               |

De acordo com essas informações colhidas em 811 notícias parece que “sobrevivência” é o principal tema destes noticiários, com ocorrências nacionais (82,5% de todos os itens) e internacionais (17,5%). Essa agenda noticiosa está cheia de alertas ao público. Quanto mais as ocorrências desafiam o *status quo* maior cobertura merecem. Notícias sobre problemas do Estado (principalmente a má administração e a crise) vêm em segundo lugar, e somente então, os problemas sociais aparecem. Eventos internacionais estão em quarto lugar. Como nós podemos ver na tabela abaixo, más notícias em questões locais vêm em primeiro lugar, más notícias (às vezes péssimas notícias) de terras distantes estão em segundo

e apenas então o escapismo (reuniões populares e esportes) é oferecido às massas.

## 29. TVG e TVC: A agenda de notícias - sumário. Brasil

|                      | Categoria das notícias                  | Percentual da frequência total | Tempo de transmissão |
|----------------------|---|--------------------------------|----------------------|
| Nacional: 82,5%      | A. Delinquência                         | 22,5%                          | 4h 48min             |
|                      | B. Aparato de Estado                    | 15%                            | 4h 7min              |
|                      | C. Problemas sociais                    | 14,2%                          | 3h 5min              |
|                      | E. Soft news e escapismo                | 14,1%                          | 4h 16min             |
|                      | F. Informação geral                     | 13,3%                          | 3h 37min             |
| Internacional: 17.5% | D. Eventos internacionais e ocorrências | 15,1%                          | 3h 1min              |
| Outro                |   | 5,8%                           |                      |

\* Tempo médio de uma história: TVG - 117 segundos/ TVC - 82 segundos.

Os noticiários de TV, juntamente com as telenovelas, são os principais contadores de histórias no Brasil. O impacto dos conteúdos jornalísticos na vida política e social do país é imenso, e por essa razão, muitos autores nacionais e internacionais têm ressaltado esse efeito. Em grande medida, as notícias destes noticiários, em especial as do Jornal Nacional, constituem a agenda política do Brasil. Os Estados Unidos é o Outro. Notícias sobre americanos são transmitidas em quantidade e variedade na tela brasileira. Em muitas instâncias, qualquer coisa que é brasileira nas notícias é comparada a um similar que é americano. Finalmente, é possível dizer que os telejornais brasileiros analisados possuem uma tela

limpa, sem corpos ou pessoas feridas. É um programa de TV masculino e um show com atores individuais. É orientado pelo presente com menos conflitos violentos sobre problemas sociais ou políticos do que o esperado.

**240**